



# Le fondamenta dell'ecosistema Benefit a Roma

ROMA



NATIVA



IMPRESA  
COMUNE

Risultati 2024-2025



# Le fondamenta dell'ecosistema Benefit a Roma

# INDICE

0- LETTERA DELL'ASSESSORATO .....	1
1- SINTESI DEI RISULTATI .....	5
2- I PARTNER .....	7
3- L'INIZIATIVA .....	9
<b>LA VISIONE</b> .....	<b>10</b>
<b>IL PROGETTO</b> .....	<b>12</b>
4- I NUMERI DI ROMA IMPRESA COMUNE .....	16
Settori, Geografie e Dimensioni .....	17
5- STORIE DI IMPATTO .....	21
P.E.P. S.R.L. ....	22
SCAI COMUNICAZIONE .....	24
SINKRONIE HAPPY TO BUSINESS .....	26
MOD .....	28
NOVA ECOLOGICA E GREENTA .....	30
TP Italia .....	33
MEDIAMED INTERACTIVE .....	36
GEMA .....	38
MANCINI CATERING .....	40
6- LA VISIONE PER IL FUTURO .....	43
APPENDICE .....	47
Contesto: la Ricerca Nazionale sulle Società Benefit 2025 .....	47
Elenco delle aziende coinvolte .....	51

# 0- LETTERA DELL'ASSESSORATO

Le città sono oggi uno dei luoghi in cui si gioca la qualità dello sviluppo economico, sociale e ambientale dei prossimi anni. È nelle città che si concentrano imprese, competenze, innovazione e bisogni emergenti. Ed è nelle città che diventa possibile sperimentare nuovi modelli di crescita capaci di coniugare competitività economica e responsabilità verso la comunità.

In questo scenario, anche il ruolo della Pubblica Amministrazione sta cambiando. Le istituzioni non sono chiamate soltanto a regolare o amministrare i processi economici, ma sempre più spesso a creare le condizioni perché l'innovazione possa svilupparsi, favorendo la collaborazione tra imprese, ricerca, territorio e società civile.

È da questa consapevolezza che nasce Roma Impresa Comune, il programma promosso da Roma Capitale per accompagnare il tes-

suto imprenditoriale della città verso modelli di sviluppo più sostenibili, responsabili e orientati al beneficio comune.

L'iniziativa nasce con un obiettivo preciso: sostenere le imprese che scelgono di integrare nel proprio modello di business non solo la creazione di valore economico, ma anche la generazione di impatto positivo per le persone, per le comunità e per l'ambiente.

In questi anni il programma ha coinvolto oltre 300 aziende, offrendo percorsi di formazione, confronto e accompagnamento dedicati al modello delle Società Benefit. Molte di queste imprese hanno scelto di intraprendere questo percorso di trasformazione, contribuendo a rafforzare il posizionamento di Roma tra i territori più dinamici in Italia nella diffusione di questo modello di impresa.



Il risultato più significativo non è rappresentato soltanto dal numero delle imprese coinvolte, ma dalla nascita di un ecosistema imprenditoriale sempre più consapevole del proprio ruolo nel generare valore condiviso. Attraverso Roma Impresa Comune si è sviluppata una rete di aziende, professionisti, associazioni e istituzioni che collaborano per promuovere una nuova cultura dell'impresa, in cui innovazione, responsabilità sociale e sostenibilità ambientale non sono elementi separati, ma parti integranti della strategia di crescita.

Roma ha tutte le caratteristiche per diventare uno dei principali laboratori europei di questa trasformazione: una città con un tessuto imprenditoriale diffuso, una forte presenza di università e centri di ricerca e un ecosistema sempre più attivo nei settori dell'innovazione e dell'impatto sociale.

Il percorso avviato con Roma Impresa Comune rappresenta un primo passo in questa direzione. Nei prossimi anni l'impegno sarà quello di consolidare e ampliare questa esperienza, rafforzando la collaborazione con imprese, università, associazioni di categoria e reti professionali per rendere sempre più diffuso il modello delle Società Benefit.

L'obiettivo è chiaro: contribuire a costruire un'economia urbana capace di generare crescita, innovazione e valore per la comunità, rafforzando il ruolo di Roma come città aperta, dinamica e orientata al futuro.

Vogliamo che Roma diventi la Capitale delle Imprese Benefit, non per una dichiarazione formale, ma perché sempre più imprese scelgono ogni giorno di integrare il successo economico con la responsabilità verso la società e l'ambiente.

**Monica Lucarelli**  
**Assessora alle Attività Produttive, Pari Opportunità**  
**e Attrazione degli Investimenti**

# 1- SINTESI DEI RISULTATI

“Roma Impresa Comune” è un programma promosso dall’Assessorato Attività Produttive, Pari Opportunità e Attrazione di Investimenti di Roma Capitale in collaborazione con NATIVA e la Casa delle Tecnologie Emergenti di Roma (CTE Roma), con l’obiettivo di accelerare la transizione sostenibile del tessuto imprenditoriale capitolino. Roma Impresa Comune sostiene la promozione del modello di Società Benefit (SB), come strumento per integrare la ricerca di profitto delle imprese con finalità di beneficio comune. Attraverso questa transizione, le imprese si impegnano nel loro statuto a creare benefici per le persone, la comunità e il pianeta, rendendo Roma un laboratorio d’avanguardia per l’economia rigenerativa.

## DATI SIGNIFICATIVI:

### PARTECIPAZIONE

più di 300 aziende coinvolte in tre edizioni in due anni, contribuendo ad aumentare il numero delle SB della provincia di Roma del 26%.

### PROFILO DELLE IMPRESE

il campione è composto prevalentemente da piccole imprese (60% con meno di 10 addetti), con una forte vocazione verso il settore dei Servizi (60%) e una presenza significativa di startup o aziende in via di costituzione (12%).

### PRESIDIO DEL TERRITORIO

le aziende partecipanti sono distribuite capillarmente in tutti i municipi di Roma, con punte di concentrazione in alcuni quartieri (Centro, Trieste, Salario).

### QUALITÀ E SODDISFAZIONE

il percorso formativo ha registrato un livello di soddisfazione alto (9.6/10) e un impatto positivo percepito dalle aziende sul proprio business di 8.9/10.

Il progetto ha saputo dare un importante contributo alla diffusione del Modello Benefit a Roma Capitale e nella Regione Lazio, portandole ad essere un'eccellenza in Italia. Roma è infatti la seconda provincia in Italia, dopo quella di Milano, per numero di Società Benefit: 624 società benefit a fine 2025, di cui più di 90 trasformate grazie al programma Roma Impresa Comune, che ha quindi contribuito ad aumentare il numero delle SB della provincia di Roma del 26% in due anni.

Durante il percorso sono emersi casi concreti di aziende la cui partecipazione al programma, e la successiva trasformazione in Società Benefit, ha generato vantaggi competitivi tangibili: dall'ottenimento di punteggi premianti negli appalti pubblici, all'attrazione di giovani talenti, al rafforzamento della parità di genere e della coesione territoriale.

Queste storie sono coerenti con quanto emerge dai dati nazionali. Adottare il modello di Società Benefit non penalizza le performance

economiche, infatti gli indicatori disponibili restituiscono un quadro incoraggiante. Tra le Società Benefit il fatturato mediano cresce di più, 26% contro 15% delle non-benefit, e si osserva una maggiore capacità di generare occupazione. Nel complesso sono segnali che rafforzano l'idea di un trend positivo, integrare obiettivi di beneficio comune può andare di pari passo con resilienza e dinamismo d'impresa.

Il percorso di Roma Impresa Comune non si esaurisce nei risultati delle tre edizioni, ma guarda al lungo periodo: rendere lo status di Società Benefit la nuova normalità per le imprese romane ed estendere il modello ad altre città, in Italia e all'estero. L'evoluzione del programma consentirà di misurare l'impatto sul territorio in contesti diversi e di rafforzare l'integrazione strutturale con Università e Associazioni di Categoria, consolidando Roma come modello di Stakeholder Economy a livello nazionale ed europeo.

## 2- I PARTNER

*Roma Impresa Comune è un programma sviluppato dall'Assessorato alle Attività Produttive, Pari Opportunità e Attrazione degli investimenti di Roma Capitale attraverso la Casa delle Tecnologie Emergenti di Roma, in collaborazione con NATIVA.*



Casa delle Tecnologie Emergenti di Roma (CTE Roma) è un hub di innovazione dedicato allo sviluppo e alla sperimentazione di soluzioni di tecnologie emergenti, con particolare attenzione all'implementazione del 5G, IoT, intelligenza artificiale e blockchain. Attraverso collaborazioni con imprese, startup, università e centri di ricerca, la CTE Roma promuove la trasformazione digitale della città, favorendo la creazione di servizi smart e sostenibili per cittadini e imprese, con l'obiettivo di rendere Roma un modello di Smart City a livello nazionale e internazionale.



NATIVA è la prima Società Benefit in Europa, che da più di 10 anni anni accompagna le imprese nel ridisegnare radicalmente i propri modelli in ottica di sostenibilità, in favore di un paradigma economico rigenerativo. Dal 2014 ha per prima attivamente promosso l'introduzione delle Società Benefit in Italia e poi in Perù, Ecuador, Colombia, Uruguay, Panama e Spagna, come modello di governance efficace per accelerare l'integrazione della sostenibilità nei processi di business delle aziende.



### 3- L'INIZIATIVA

*L'Italia si distingue nel panorama globale per essere stato il primo Stato Sovrano al mondo, nel 2016, a introdurre formalmente nel proprio ordinamento giuridico la qualifica di Società Benefit (SB), grazie alla Legge 28 dicembre 2015, n. 208 (commi 376-384).*

Questa forma giuridica rappresenta un'evoluzione del concetto stesso di impresa: le aziende che adottano tale status scelgono di modificare il proprio oggetto sociale per perseguire, accanto al tradizionale obiettivo di creazione di profitto, una o più finalità di beneficio comune. La normativa richiede a queste società di operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, richiedendo la nomina di un responsabile d'impatto e la pubblicazione annuale di una relazione che misuri i risultati ottenuti rispetto agli obiettivi prefissati.

I principi costitutivi delle Società Benefit presentano alcune sostanziali caratteristiche:

- “Nelle scelte di amministrazione e nelle decisioni aziendali, è richiesto di bilanciare l'interesse dei soci con il perseguimento delle finalità di beneficio comune e gli interessi degli stakeholder.
- L'obbligo di comunicare in maniera trasparente il perseguimento del beneficio comune, tramite definizione di obiettivi e rendicontazione dei risultati, con una relazione annuale che contempli anche la misurazione dell'impatto generato – secondo standard di valutazione esterni – su governance, lavoratori, stakeholder del territorio e ambiente.
- La necessità di individuare un soggetto all'interno della società responsabile per il perseguimento del Beneficio comune, il Responsabile d'Impatto.
- Una o più finalità di beneficio comune indicate nell'oggetto sociale. La realizzazione del beneficio comune si configura quindi come un impegno giuridico di natura statutaria.

## LA VISIONE

*Roma Impresa Comune è nato da un esercizio di immaginazione. Cosa succederebbe se domani mattina i cittadini di Roma si svegliassero e tutte le 140.000 aziende del territorio fossero diventate Società Benefit?*

L'intero ecosistema economico della città si risveglierebbe con una nuova missione, un mandato diverso: generare profitto in equilibrio con il bene comune. Gli investimenti sarebbero orientati verso attività a impatto positivo e rigenerativo, abbandonando la logica puramente estrattiva. Ogni decisione aziendale, dalla scelta dei fornitori alla gestione del personale, dall'uso delle materie prime all'organizzazione del lavoro, verrebbe misurata in funzione della ricaduta sulle persone e sull'ambiente.

La cura dei lavoratori, attraverso la formazione, l'equità salariale, il welfare e l'inclusione, diventerebbe un elemento centrale del fare impresa e non una variabile residuale. La trasparenza smetterebbe di essere un esercizio retorico e si tradurrebbe in strumenti misurabili, come la Relazione d'Impatto, capaci di rendere lo scopo non finanziario verificabile nel tempo.

Infine, la competizione lascerebbe progressivamente spazio a una cooperazione strategica, in cui le aziende si uniscono per affrontare problemi territoriali complessi che nessuna realtà sarebbe in grado di risolvere da sola.

Abbiamo creduto che questa visione fosse realizzabile. E abbiamo scelto di lavorare per renderla concreta. Roma Impresa Comune nasce con l'ambizione di accompagnare questo cambiamento, sostenendo le imprese che scelgono di orientare la propria attività verso il beneficio comune e creando le condizioni perché la collaborazione tra queste realtà diventi strutturale. Vogliamo che la prosperità economica del territorio non sia più disgiunta dall'attenzione al benessere sociale e ambientale.

Vogliamo che Roma diventi il luogo in cui prende forma una nuova idea di economia, quella del contribuire.



## IL PROGETTO

Roma Impresa Comune nasce dalla convinzione che cambiare il modo in cui le imprese operano in una città significhi cambiare la città stessa. Il percorso che abbiamo costruito parte da questa idea e prova a darle una forma concreta, attraverso incontri di formazione, momenti di confronto e sessioni di lavoro in cui i principi della sostenibilità sono stati tradotti nella realtà gestionale delle aziende partecipanti. L'obiettivo è stato più ambizioso dell'aggiornamento professionale o della trasmissione di nozioni tecniche. Si è trattato di accompagnare le imprese che oggi operano a Roma in un ripensamento profondo del proprio ruolo nel sistema economico della città, attraverso il ripensamento del loro modello di business. La trasformazione in Società Benefit è la chiusura di un percorso, ma al tempo stesso ha rappresentato il momento in cui un'intenzione di-

venta impegno formale, misurabile, pubblico. Un punto di partenza, non un traguardo.

Il percorso ha generato qualcosa che va oltre i singoli partecipanti: un nucleo di imprese che collaborano, si riconoscono in una visione comune e continuano a lavorare insieme anche oltre i confini formali dell'iniziativa. Attorno a questo nucleo si è sedimentata nel tempo una rete più ampia, fatta di realtà Ambassador che hanno scelto di sostenere Roma Impresa Comune come parte attiva di un progetto collettivo. Associazioni di categoria, aziende del territorio già costituite come Società Benefit, professionisti come commercialisti, notai e consulenti hanno portato competenze, relazioni e credibilità, contribuendo a radicare il percorso nel tessuto vivo dell'economia romana.

Roma Impresa Comune si fonda su alcuni principi che ne definiscono l'identità e ne orientano ogni scelta:

- Comporre l'ecosistema città. Raccogliere le finalità comuni di impatto sul territorio per mappare e sostenere le aziende nella generazione di valore per le comunità locali, in coerenza con le vocazioni dei singoli quartieri.
- Valorizzare l'interdipendenza. Favorire sinergie tra aziende con finalità affini, dalla formazione congiunta alla gestione condivisa della filiera, per moltiplicare i risultati tanto per le imprese quanto per il territorio che le ospita.
- Coinvolgere le reti locali e internazionali. Integrare nel progetto associazioni di categoria e realtà aggregative profit e no profit, collaborando con network globali per scambiare esperienze e consolidare pratiche virtuose.
- Diffondere la cultura e promuovere la partecipazione. Attivare canali di comunicazione strutturati per dare visibilità all'iniziativa e, soprattutto, per educare il mercato e i cittadini sui principi delle Società Benefit.

L'obiettivo è che il progetto rimanga accessibile e trasparente, capace di raccontare i propri risultati con chiarezza e di usare quella narrazione per stimolare l'adesione di nuove imprese e costruire un consenso sempre più largo attorno a una visione diversa dell'economia urbana.



## IL PROGRAMMA

Le tre edizioni di Roma Impresa Comune hanno coinvolto ad oggi più di 300 aziende partecipanti e decine di realtà rilevanti nel mondo Benefit, che hanno scelto di condividere la propria esperienza e di mettersi a disposizione del percorso collettivo. Ogni edizione si è sviluppata secondo una struttura propria, che nel tempo si è affinata e arricchita:

- **Evento di lancio dell'edizione** con apertura delle candidature e successiva selezione delle aziende partecipanti.
- **Workshop** in presenza e online per accompagnare le aziende nella trasformazione in impresa Benefit. Ogni incontro ha previsto momenti di lezione frontale, lavoro collaborativo e ascolto di testimonianze. Tra gli incontri chiave:
  - **Scrittura delle Finalità di Beneficio Comune:** guida pratica alla definizione formale delle finalità di beneficio comune da inserire nello Statuto. Viene posto un focus specifico sull'impatto che l'azienda ha sul territorio e sulle opportunità di sinergia con le altre aziende.
  - **Governance e Misurazione:** focus sugli strumenti operativi per rendere concreta e governare la nuova natura giuridica, attraverso la nomina del Responsabile d'Impatto, la definizione di obiettivi periodici e la redazione della Relazione d'Impatto.
- **Kick Off:** incontro introduttivo per comprendere il modello giuridico delle Società Benefit e il concetto di economia rigenerativa. Ha incluso un'attività pratica per identificare il Purpose dell'azienda, base fondamentale per la definizione del nuovo Statuto.
- **Mappatura delle Aree di Impatto:** sessione dedicata all'analisi delle attività aziendali per indi-

viduare le aree in cui l'impresa genera, o potrebbe generare, valore positivo. Si definiscono i principi progettuali per selezionare gli obiettivi più coerenti con il proprio business e il proprio Purpose.

- **Approfondimento Tecnico - Operativo:** laboratorio conclusivo dedicato agli aspetti legali e procedurali della trasformazione. Vengono analizzati casi studio reali e risolti dubbi specifici per preparare l'azienda a diventare Società Benefit.

comune. Il programma ha previsto anche incontri più verticali e tecnici, dedicati agli aspetti legali e societari della trasformazione in Società Benefit, con il coinvolgimento diretto di commercialisti e notai.

Le imprese hanno inoltre avuto accesso a strumenti digitali dedicati, pensati per supportare e documentare il percorso di trasformazione in modo strutturato e continuativo.

A ogni workshop hanno fatto seguito sessioni di confronto aperto, pensate per chiarire dubbi, approfondire i temi trattati e rivedere insieme gli elaborati prodotti dalle aziende sulle proprie finalità di beneficio



## 4- I NUMERI DI ROMA IMPRESA COMUNE

Le edizioni 2024 e 2025 del programma Roma Impresa Comune hanno registrato una partecipazione complessiva di più di 300 aziende:

**5** Aziende  
ambassador

**93** Aziende iscritte  
nel 2024  
di cui 7 sono diventate ambassador  
nelle edizioni seguenti

**202** Aziende  
iscritte  
nel 2025

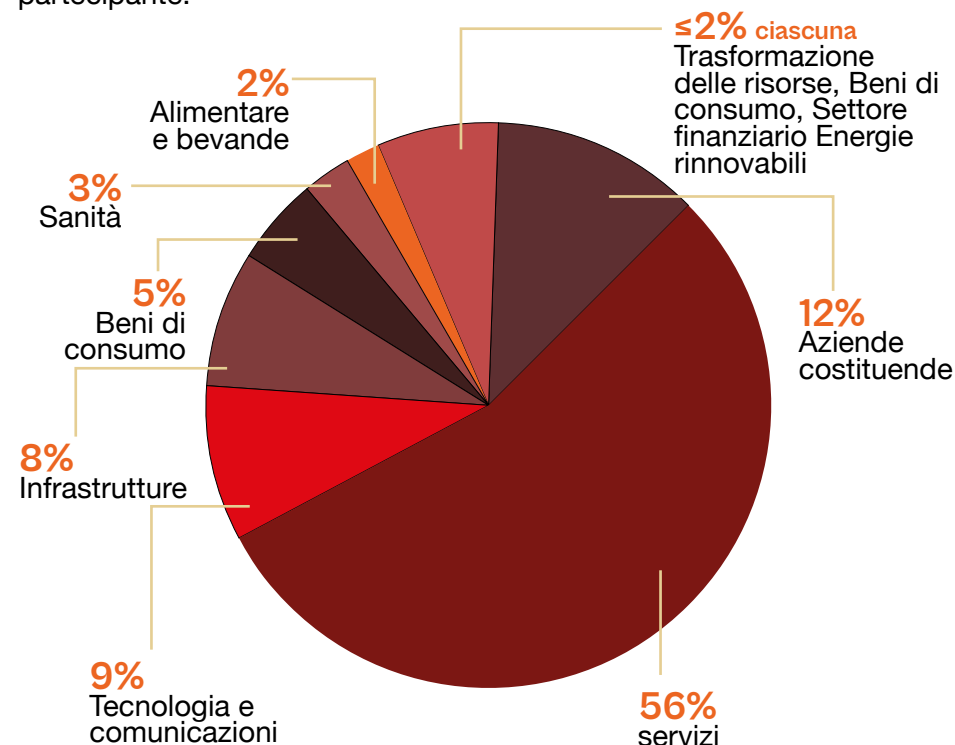
Analizzando lo stato di avanzamento delle aziende rispetto al percorso di accelerazione verso la sostenibilità e l'adozione del modello SB, emerge un quadro molto positivo di attivazione:

Grazie a Roma Impresa Comune, più di 90 aziende (pari al 14% del totale delle SB della Provincia di Roma a fine 2025) si sono trasformate in Società Benefit. Il programma Roma Impresa Comune ha quindi contribuito a circa il 30% della crescita totale delle SB tra il 2023 e il 2025 nella provincia Roma (da 337 a 624).

## SETTORI, GEOGRAFIE E DIMENSIONI

### SETTORI

La classificazione settoriale evidenzia una forte vocazione verso il terziario avanzato e i servizi, che rappresentano l'ossatura del campione partecipante:



Il 12% delle aziende partecipanti si sono dichiarate costituenti, ossia start-up e realtà in fase di costituzione, mostrando che gli imprenditori si pongono il tema di essere Società Benefit già in fase di costituzione della società.

## DIMENSIONI

*Il tessuto imprenditoriale coinvolto rispecchia la struttura produttiva di Roma: una realtà composta in larga parte da micro e piccole imprese, radicate nel territorio e sempre più attente al proprio impatto sulla comunità locale.*

Oltre il 60% delle aziende partecipanti dichiara un organico inferiore alle dieci unità. In coerenza con questi numeri, la maggioranza assoluta si colloca nella fascia di fatturato inferiore al milione di euro, confermando come Roma Impresa Comune abbia intercettato principalmente quella fascia di imprenditorialità diffusa che caratterizza il sistema economico della città.

Le aziende con fatturati superiori ai cinquanta milioni di euro rappresentano una quota minoritaria del totale, ma hanno svolto all'interno del percorso un ruolo di riferimento, portando esperienze consolidate e una prospettiva più strutturata sui temi della trasformazione societaria e dell'impatto.

## GEOGRAFIE

*La distribuzione geografica delle aziende partecipanti racconta una presenza capillare su tutto il territorio di Roma Capitale, con alcune concentrazioni che riflettono la natura economica dei diversi quadranti della città.*

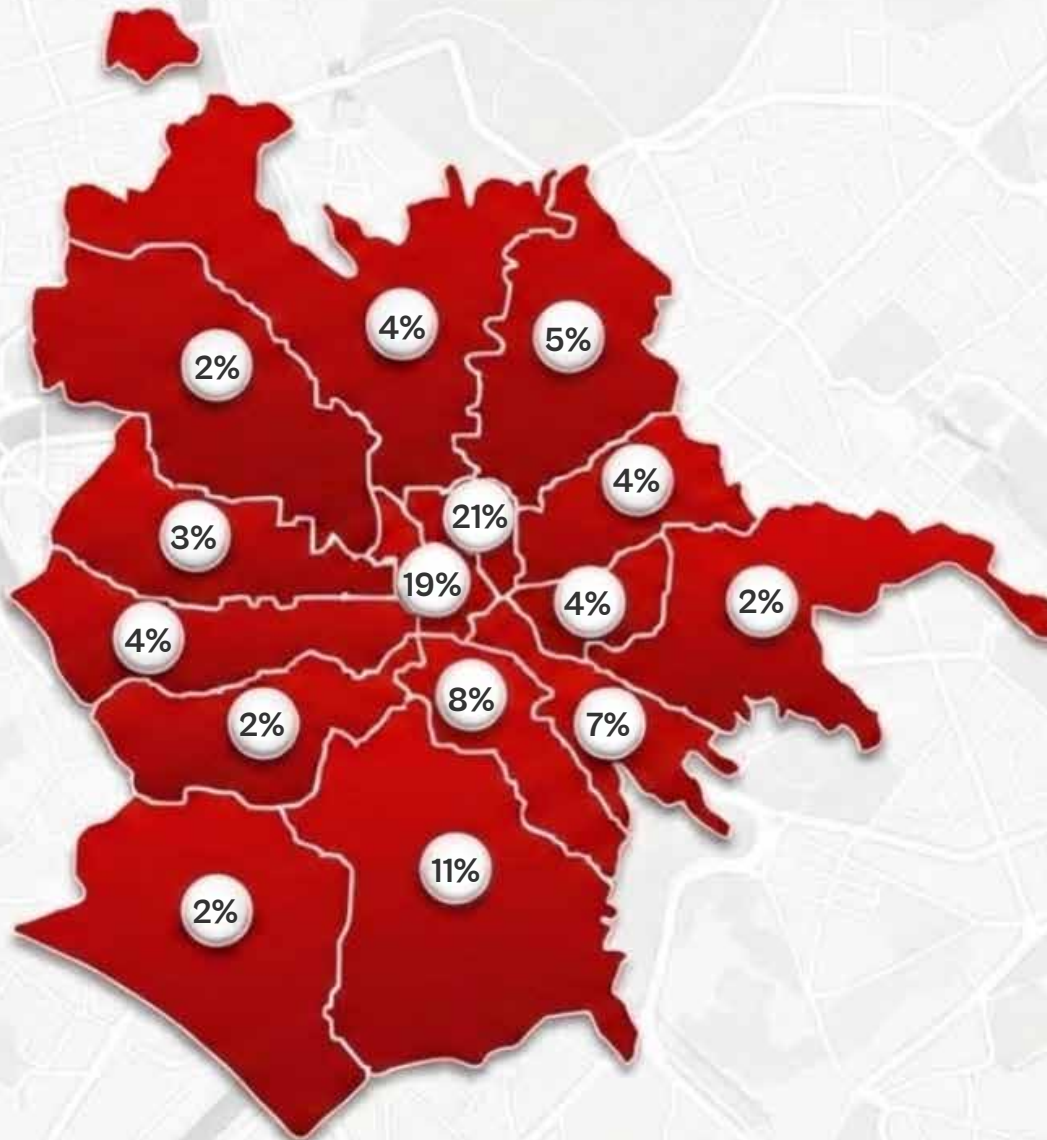
- I Municipi I e II, che comprendono il Centro Storico e l'area Parioli/Nomentano, registrano la densità più alta, con circa il 40% delle imprese del programma. Si tratta di zone tradizionalmente vocate al turismo, alla ricettività e ai servizi professionali, settori in cui la spinta verso modelli di impresa più responsabili si sta facendo sempre più concreta.
- Una presenza significativa si rileva anche nei poli direzionali e commerciali, in particolare nell'EUR e lungo le direttrici Tuscolana e Appia, dove si concentrano realtà più strutturate

nel campo della consulenza e dei servizi alle imprese, pari a circa il 26% del totale.

- Il dato forse più interessante riguarda però le aree in espansione. Quartieri come Montescuro e Prenestino/Centocelle, pur con percentuali più contenute, rispettivamente intorno al 5% e al 3%, segnalano come l'attenzione ai temi della sostenibilità stia attraversando la città in modo trasversale, raggiungendo contesti urbani diversi per storia, vocazione economica e composizione sociale.

## 5- STORIE DI IMPATTO

Le pagine che seguono raccolgono alcune delle storie più significative emerse dal programma, scelte per restituire in modo concreto le trasformazioni che le aziende partecipanti hanno attraversato, nella strategia come nella gestione quotidiana.



Distribuzione delle SB partecipanti al programma per municipio di Roma (edizioni 2025)

## P.E.P. S.R.L

*Società di ingegneria integrata nel campo delle telecomunicazioni, riqualificazione energetica e infrastrutture civili.*

*Per noi diventare Società Benefit è stata la chiusura di un cerchio, fare il punto su chi siamo e definirci come azienda*

**Giulia D'Agostino**  
**Ingegnere Civile**

La trasformazione di P.E.P. S.r.l. in Società Benefit ha permesso all'azienda di portare la sostenibilità da valore etico a vantaggio competitivo misurabile, avviando un cambiamento che ha toccato diversi ambiti della propria operatività.

Uno degli aspetti più concreti si è manifestato nel settore degli appalti pubblici. La qualifica di Società Benefit ha garantito punteggi tecnici aggiuntivi che si sono rivelati decisivi per l'aggiudicazione di gare strategiche, sia a livello locale, con il Comune e la Provincia di Roma, sia su scala nazionale. Questo vantaggio ha aperto nuove opportunità di

mercato e consolidato la presenza dell'azienda nel settore pubblico.

Inoltre, il nuovo posizionamento come Società Benefit ha innescato un circolo virtuoso anche sul piano reputazionale. Nel settembre 2025 P.E.P. è stata premiata tra le migliori imprese femminili in Italia, un riconoscimento che, secondo Giulia, è stato favorito dalla spinta sulle tematiche di rigenerazione e di governance innovativa consolidate durante il percorso di RIC. Anche nel mercato privato, lo status giuridico agisce come un filtro fiduciario: collaborare con altre Società Benefit significa condividere obiet-

tivi e trasparenza, semplificando le relazioni commerciali e costruendo partnership più solide e durature.

Questo orientamento verso il territorio si riflette direttamente in una delle finalità inserite a statuto: "Operare per creare valore sul territorio di Roma e Provincia, promuovendo attivamente l'impiego di maestranze del territorio, suggerendo ai nostri clienti aziende e professionisti operanti in un ambito geografico circoscritto con l'obiettivo di rafforzare la resilienza e sostenibilità delle strutture locali."

Per dare concretezza a questo impegno, l'azienda ha implementato

una politica attiva di talent acquisition negli istituti scolastici, avviando percorsi di apprendistato per giovani geometri. Due ragazzi di diciannove e venti anni sono stati inseriti stabilmente in azienda con un percorso duale di formazione e lavoro. Il feedback dei ragazzi è stato positivo: lo status di Società Benefit si è rivelato un fattore di attrattività reale per le nuove generazioni, motivate dalla possibilità di lavorare in un contesto che mette il beneficio comune al centro della propria missione.



# SCAI COMUNICAZIONE

Agenzia di Marketing e comunicazione

*Entrare a far parte di una rete e condividere valori comuni ci ha permesso di capire che non siamo soli. La trasformazione in Società Benefit ha dato coerenza e validità ufficiale al nostro percorso, generando un vero scatto d'orgoglio in tutto il team e rafforzando la nostra credibilità verso l'esterno.*

**Silvia Favulli,  
Project Manager - Parità di Genere e D&I**

SCAI Comunicazione ha scelto di diventare Società Benefit per formalizzare un impegno verso la sostenibilità sociale che era già parte integrante della propria identità, riuscendo così a fondere la competenza tecnica nel settore degli eventi e della comunicazione digitale con una strategia orientata al beneficio comune.

Questa evoluzione si concretizza attraverso la finalità legata all'innovazione nei progetti di comunicazione e networking per anticipare

i trend futuri con approccio creativo e sostenibile, impegno che ha trovato una delle sue massime espressioni nel campo dell'educazione digitale.

In collaborazione con Roma Capitale, l'azienda ha infatti realizzato il progetto "Facciamo Pace tour", un'iniziativa di divulgazione nelle scuole elementari sull'uso consapevole dei social: grazie a un applicativo ludico proprietario, SCAI ha educato centinaia di bambini ai temi della "gentilezza digitale"

e della non-violenza, dimostrando come la tecnologia possa supportare la crescita responsabile delle nuove generazioni.

Parallelamente, l'azienda persegue la finalità di integrare un'attenzione costante verso la diversità, il gender e la disabilità in ogni progetto, rendendo campagne ed eventi spazi inclusivi capaci di dare voce ai margini. Questo obiettivo si riflette sia sul fronte organizzativo interno, con l'avvio dell'iter per la certificazione UNI/PdR 125 sulla parità di genere e sessioni di formazione per prevenire ogni discriminazione sul lavoro, sia nelle azioni di supporto all'imprenditoria femminile. Attraverso campagne di comunicazione pro-bono per partner del terzo settore e iniziative concrete come la formula "1+1" — che permetteva di regalare un biglietto a una donna per ogni acquisto effettuato in occasione di eventi legati all'Intelligenza Artificiale — SCAI ha dimostrato come la comunicazione possa trasformarsi in uno strumento di

empowerment e consapevolezza.

Questa visione di lungo periodo è alimentata dalla finalità di sensibilizzare, tramite grandi iniziative, sull'importanza dell'impatto sociale positivo e della collaborazione tra persone e tecnologie. In questo contesto, la Rome Future Week ha rappresentato un caso esemplare di empowerment giovanile: una call dedicata agli Under 35 ha raccolto 150 candidature, portando alla selezione di 100 giovani attivamente coinvolti come speaker e ambassador. Guardando al futuro, SCAI punta a consolidare questo percorso entro il 2026 con un unico grande progetto strutturato volto a favorire l'introduzione dei giovani nel mondo del lavoro attraverso accordi con le aziende partner della manifestazione, confermando definitivamente come il settore degli eventi possa agire come leva concreta per lo sviluppo delle nuove generazioni.

# SINKRONIE HAPPY TO BUSINESS

Consulenza alle aziende

*Ogni progetto ha senso quando crea valore per il business e per le persone. Per questo anche la quotidianità del nostro lavoro è sempre un atto di responsabilità.”*

**Giovanni De Carli,  
Co-Founder**

Sinkronie è una società di consulenza specializzata in business model design, brand identity e comunicazione. Affianca aziende, imprenditori e manager in percorsi di crescita e realizzazione professionale, integrando benessere delle persone ed efficacia operativa in un unico disegno strategico. Questa visione ha trovato una forma strutturata con la partecipazione al programma Roma Impresa Comune, che ha accompagnato l'azienda nella trasformazione in Società Benefit.

Con l'inserimento a statuto del-

la finalità di diffusione del modello Benefit come risposta concreta alle sfide globali, Sinkronie oggi agisce come moltiplicatore di impatto e Ambassador del cambiamento. Attraverso testimonianze in contesti come Talent Garden e grazie alla collaborazione con NATIVA, promuove pratiche inclusive e responsabili accompagnando altre organizzazioni in percorsi di trasformazione consapevole.

L'impegno si traduce anche nella democratizzazione della conoscenza, in coerenza con la finalità statutaria che punta a garantire

un accesso equo e inclusivo alla formazione e allo sviluppo professionale. In collaborazione con Confcommercio Roma, attraverso programmi strutturati come SmartStartUp, GenerAzione Donna e Green Business, Sinkronie ha coinvolto oltre 250 tra professionisti e organizzazioni, realizzando incontri con centinaia di presenze e offrendo un supporto concreto a numerosi partecipanti.

Questa apertura si esprime nella creazione e partecipazione a progetti dedicati in particolare alle nuove generazioni. Con Lazio Innova ha gestito il Digital Contamination Lab 2025, coinvolgendo 60 studenti in 6 workshop e momenti formativi. Il programma di stage aziendale Peràspira è cresciuto da 2 percorsi nel 2024 a 5 nel 2025, coinvolgendo ragazze e ragazzi anche in iniziative ad alto impatto etico, come Felin, rete attiva sui temi della leadership equa, per la quale è stata sviluppata l'identità visiva. La collaborazione con Pro

Etico Roma APS e Albergo Etico ha inoltre portato alla realizzazione della guida "Strategie operative di leadership e ottimizzazione del rendimento" di Pro Etico Roma APS.

Infine, Sinkronie ha integrato nel proprio metodo la finalità di ricerca e innovazione dei modelli di business, rendendo la sostenibilità elemento fondante della propria offerta.

Attraverso l'implementazione di un sistema di monitoraggio dell'impatto promuove nelle proprie attività quotidiane una visione di "sostenibilità by design". In questa prospettiva, le dimensioni economica, sociale e ambientale non rappresentano un elemento accessorio, ma il fondamento su cui vengono impostate le attività e i progetti con clienti e partner, affinché crescita e competitività restino sempre al servizio delle persone e del pianeta.

## MOD

*Società di Manager impegnati nel dare supporto operativo e strategico alle imprese*

*Il percorso verso lo status di Società Benefit ci ha rivelato che il nostro core business era già intrinsecamente orientato all'impatto. Ora vogliamo trasformare questa consapevolezza in un'etichetta di valore e credibilità, diventando promotori del modello Benefit presso i nostri clienti affinché questa trasformazione diventi virale nel mercato."*

**Francesco Melidoni**  
**CEO di MOD**  
**ed Antonella Mancini,**  
**Associated Partner e Referente del progetto SB.**

MOD si consolida come realtà leader nel settore del management temporaneo, agendo come partner strategico per prevenire o sanare situazioni di criticità, per fornire all'imprenditore gli strumenti per una più efficiente gestione aziendale, attraverso un approccio che unisce l'alto profilo professionale a una gestione evoluta del capitale sociale.

Questo impegno ha trovato la sua massima espressione nella trasformazione in Società Benefit, un'evoluzione che permea ogni aspetto dell'agire aziendale: grazie alla finalità inserita a statuto relativa alla promozione dell'eccellenza operativa e dell'integrazione ESG, MOD supporta oggi le PMI nell'adozione di assetti organizzativi, amministrativi e contabili capaci di trasformare

la sostenibilità in un elemento concreto della catena del valore. Per rendere questo intento misurabile, l'azienda ha istituito un team dedicato al monitoraggio degli obiettivi e alla redazione della relazione d'impatto annuale, garantendo che i criteri ESG siano nativamente integrati nei processi di controllo dei clienti.

Questo rigore metodologico si riflette parallelamente nella gestione delle persone; infatti, attraverso la finalità statutaria volta alla valorizzazione del capitale umano e all'inclusione, MOD promuove attivamente una cultura del rispetto e del superamento delle disuguaglianze, implementando policy per ridurre il divario di genere e offrire pari opportunità di sviluppo. Tale visione genera un effetto domino positivo che trasforma il benessere interno in un pilastro dell'offerta di consulenza, consolidando una rete di relazioni che utilizza il vantaggio competitivo della propria community per diffondere trasparenza e inclusione sul mercato.

La forza di questo cambiamento non si esaurisce nel perimetro

aziendale, ma si estende all'intero ecosistema territoriale: perseguendo la finalità statutaria dedicata alla diffusione del modello Benefit, MOD investe in sinergie strategiche e partnership, come quella avviata con KC& Partners s.r.l., per creare infrastrutture relazionali e "piazze virtuali" dedicate allo scambio di servizi tra imprese responsabili. In questo contesto, i manager di MOD agiscono come veri moltiplicatori di valore, supportando il tessuto imprenditoriale — a partire dalla città di Roma — in una trasformazione che innesca meccanismi di economia del bene comune.

Questa evoluzione culturale è sostenuta con convinzione dal top management, con oltre 40 professionisti impegnati in prima linea affinché, grazie alla finalità inserita a statuto relativa alla resilienza e all'innovazione del business, l'esperienza operativa si traduca in modelli d'impresa capaci di adattarsi ai cambiamenti sociali e ambientali, garantendo alle aziende clienti una crescita solida e duratura nel tempo.

# Nova Ecologica e Greenta

Gestione rifiuti e consulenza ambientale

*“Il programma ha fatto emergere caratteristiche di sostenibilità già presenti nell’impresa, aiutandoci a capire che non si trattava di diventare qualcosa di diverso, ma di scegliere di dichiarare, misurare e vivere ogni giorno ciò che siamo”*

**Laura Perconti,  
Nova Ecologica e Greenta**

L’esperienza di Nova Ecologica e Greenta nel programma Roma Impresa Comune rappresenta un esempio di come un’iniziativa pubblica possa catalizzare processi di trasformazione profonda nelle imprese del territorio romano. Laura Perconti, rappresentante di entrambe le società, che si occupano di servizi ambientali e gestione rifiuti, racconta un percorso che va ben oltre la semplice partecipazione a un programma formativo, descrivendo un’evoluzione culturale e strategica orientata a integrare formalmente nel modello di business

obiettivi di beneficio comune.

Nova Ecologica, con oltre trent’anni di storia nel settore della gestione dei rifiuti, ha trovato nel programma l’opportunità di riconoscere e formalizzare caratteristiche di sostenibilità che già facevano parte del suo DNA aziendale.

La partecipazione ha permesso all’azienda di dare forma concreta a questi valori, culminando nella trasformazione in Società Benefit e nella pubblicazione del primo report di sostenibilità. Tra le finalità inserite a statuto, Nova Eco-

logica ha scelto di promuovere la valorizzazione del capitale umano, riconoscendo che la sostenibilità parte dalla cura di chi ogni giorno contribuisce all’attività operativa dell’impresa. Nelle piccole imprese le persone non sono semplicemente risorse organizzative, ma rappresentano il cuore dell’identità aziendale, attraverso un rapporto di responsabilità e cura reciproca. Parallelamente, l’azienda ha inserito a statuto l’impegno di divulgare il modello Benefit e i temi legati alla sostenibilità, rafforzando il proprio ruolo a supporto delle PMI del territorio. Come risultato tangibile, solo nel mese di gennaio sono state circa 25 le aziende accompagnate nell’adeguamento al RENTRI, un passaggio normativo rilevante che incide concretamente sulla tracciabilità e sull’impatto ambientale della gestione dei rifiuti.

Per Greenta, realtà di nuova costituzione specializzata nella consulenza e formazione in ambito ambientale, il programma ha rappresentato un’occasione di networking e di inserimento in un ecosistema virtuoso di aziende orientate alla sostenibilità. La possibilità di

confrontarsi con altre realtà imprenditoriali che condividono gli stessi valori ha accelerato il suo percorso di consolidamento. Fin dalla sua costituzione, Greenta ha scelto di qualificarsi come Società Benefit, inserendo tra le proprie finalità statutarie un impegno diretto verso il territorio e le nuove generazioni. Tra le azioni già avviate rientra il percorso di formazione presso l’Università di Roma Tor Vergata, volto a diffondere tra gli studenti i principi di conformità normativa ambientale e dei modelli di impresa sostenibile, contribuendo alla costruzione di una maggiore consapevolezza ambientale e civica.

Uno degli aspetti più rilevanti riguarda l’impatto relazionale del programma. L’incontro con Sincronie, altra realtà partecipante al percorso, ha portato all’adesione a Confcommercio e Terziario Donna Roma, con conseguenti partecipazioni a seminari ed eventi. Laura nota come “ci siamo ritrovate spesso a incontrare dei partecipanti del progetto Roma Impresa Comune in altri contesti della stessa area”: eventi dell’ASVIS, Ecomondo, e altre manifestazioni legate alla so-



stenibilità sono diventati luoghi di ritrovo naturale per chi ha condiviso questa esperienza. “Le persone che hanno quel genere di sensibilità, cura, attenzione per certi aspetti poi frequentano quel determinato tipo di eventi, creando possibilità di collaborazioni imprenditoriali che hanno un impatto positivo sia sul nostro business che sulla declinazione operativa delle nostre finalità di beneficio comune”, osserva.

Infine, entrambe le aziende, Nova Ecologica e Greenta, hanno avviato un'intensa attività di promozione dei valori acquisiti, organizzando eventi sul territorio come quello previsto durante la Rome Future Week.

Laura evidenzia anche il valore potenziale di una maggiore interconnessione tra i partecipanti: “Sarebbe bello, secondo me, poter creare una rete di questo tipo”. Nel settore della gestione rifiuti, nota come siano ancora pochi i soggetti che hanno intrapreso il percorso verso la certificazione Benefit. L'eterogeneità dei partecipanti al programma – che spazia dall'hotellerie alla formazione, dalla consulenza ai servizi ambientali – viene vista come un arricchimento che dimostra la versatilità del modello proposto da Roma Impresa Comune e rafforza l'idea che “si può essere virtuosi, anche essendo una realtà piccola, con la giusta visione e responsabilità”.

## TP Italia (ex Teleperformance Italia)

*Gestione della Customer Experience*

*Roma Impresa Comune ha accompagnato TP Italia nel processo di trasformazione in Società Benefit in modo strutturato, dando metodo a quello che era già nell'anima dell'azienda. Il percorso ci ha permesso di organizzare il nostro impegno sul benessere delle persone, sull'ecosistema e sull'innovazione, trasformando valori già presenti in azioni concrete e misurabili.”*

**Maria Salonna,**  
HR manager TP Italia

TP Italia, grande azienda leader nella gestione del customer care, ha intrapreso un percorso che la ha portata a trasformarsi in Società Benefit attraverso Roma Impresa Comune, iniziato nel 2024. Questo cammino si è innestato su un processo di cambiamento strategico già avviato dall'azienda dal 2019, con un focus particolare sul benessere delle persone, sull'ecosistema e sull'innovazione.

La trasformazione in Società Benefit e l'inserimento a statuto della finalità relativa alla ricerca e sviluppo, “Innovare il modello di business e favorire lo sviluppo continuo di soluzioni digitali, sia attraverso la valorizzazione delle proprie competenze e sia attraverso investimenti in ricerca e innovazione”, hanno contribuito a strutturare un framework strategico coerente con la partecipazione di TP Italia

al Dock Startup Lab, programma di open innovation realizzato da Unfold Tomorrow e orientato allo sviluppo di soluzioni innovative in ambito customer experience, intelligenza artificiale, automazione dei processi e trasformazione digitale. Il progetto, originariamente avviato da CTE, ha trovato continuità grazie a TP Italia, coniugando il perseguimento dell'impatto pubblico desiderato con la generazione di nuove opportunità per l'azienda stessa. L'iniziativa ha garantito un percorso integrato dalla call for talents al Demo Day finale, con il coinvolgimento diretto dell'azienda nelle attività di divulgazione, nella valutazione tecnico-strategica delle progettualità e nell'interazione con i team selezionati.

Il programma ha registrato 475 pre-registrazioni e 302 candidature, dalle quali sono stati selezionati 100 talenti con un'età media di 32 anni, tra studenti, ricercatori e professionisti, organizzati in 24 team a partire da 49 idee iniziali. Il percorso ha incluso una fase strutturata di team building, oltre 90 ore di formazione su 21 tematiche chiave e circa 200 ore complessive di men-

torship, consentendo l'evoluzione delle idee in prototipi e modelli di business validati. L'iniziativa ha generato un impatto rilevante anche in termini di engagement, con 14 presentazioni universitarie, 6 eventi di promozione e circa 600 partecipanti diretti alla fase di lancio, oltre a un Demo Day che ha coinvolto circa 250 partecipanti e più di 100 aziende. Sul piano delle ricadute operative, 8 startup hanno avviato prime collaborazioni già durante il programma e circa 40 progetti risultano sviluppati o in fase di sviluppo con imprese, a conferma dell'efficacia del modello di open innovation nell'attivare connessioni concrete tra ecosistema imprenditoriale e nuove realtà innovative.

Oltre alle iniziative legate all'innovazione e alle startup, TP Italia ha sviluppato altre attività sul territorio di Roma in linea con gli obiettivi del programma di Roma Impresa Comune. Un esempio particolarmente significativo è stato la collaborazione strategica con CalcioSociale, associazione nata nel 2005 e promossa da UE e FIGC per promuovere relazioni sane seguendo regole ispirate alla cura reciproca. La

struttura opera all'ombra dell'edificio detto "Serpentone" di Corviale, un contesto complesso dove il fondatore Massimo Vallati lavora per "cambiare le regole del calcio per ridiscutere le regole del mondo". Dal 2024, TP Italia e CalcioSociale lavorano insieme per combinare l'esperienza lavorativa con quella umana: oltre 80 colleghi hanno visitato la realtà di Corviale per eventi di team building, traendo un ritorno emotivo impagabile dal contatto diretto con i ragazzi del quartiere e dalle storie condivise con le mamme del posto mentre si raccoglievano i prodotti dell'orto. Per dare ulteriore risonanza a questo impegno, nel 2025 l'azienda ha prodotto

un docufilm di 20 minuti presentato al Premio Film Impresa, volto a diffondere il fortissimo messaggio di riscatto e inclusione che CalcioSociale promuove ogni giorno.

Un ulteriore esempio di questo impegno è l'evento organizzato a settembre 2025 presso Naturapiamo, un apiario nei dintorni di Roma. L'iniziativa ha combinato formazione sulla sostenibilità e sull'importanza delle api con un'esperienza pratica e coinvolgente: i partecipanti, dotati di tute protettive, hanno visitato l'apiario, appreso le pratiche di apicoltura e partecipato a una semina collettiva.



# MEDIAMED INTERACTIVE

*Digital learning agile e su misura*

*Essere diventati Società Benefit non è stato un cambiamento da un giorno all'altro, ma ci ha permesso di riflettere su noi stessi e di mettere nero su bianco le cose che abbiamo creato nel tempo. Ci ha permesso di pensare a lungo termine all'impatto che vogliamo lasciare, anche oltre i soci attuali, e di mantenere il valore dell'azienda anche in futuro."*

**Eugenia Della Seta,  
Partner Mediamed Interactive**

Mediamed Interactive è una società specializzata nel digital learning che opera da oltre 30 anni nel settore della formazione corporate. La vocazione dell'azienda è legata alla volontà di trasformare la formazione obbligatoria da mero adempimento normativo a vera opportunità di crescita culturale aziendale.

Una delle finalità formalizzate a statuto riguarda l'applicazione delle competenze nel digital learning per

creare percorsi formativi che vadano oltre la semplice compliance, mettendo le competenze digitali al servizio dei cittadini e promuovendo l'educazione civica e ambientale. In questo senso, l'azienda ha implementato diverse iniziative strategiche che fondono l'expertise digitale con l'impatto sociale e territoriale:

- White paper sulla compliance: Appena pubblicato, raccoglie 30 anni di esperienza nel settore, promuovendo l'idea che la formazione obbligatoria possa diventare occasione per far crescere la cultura aziendale.
- Gioco didattico per WWF Italia: Sviluppato per ragazzi e ragazze a livello nazionale, il gioco simula una giornata di un influencer in cui ogni scelta ha conseguenze ambientali e sociali. Il prodotto è stato realizzato per spiegare con parole semplici temi legati alla sostenibilità alle giovani generazioni, dimostrando l'impegno di Mediamed nel mettere le proprie competenze al servizio dell'educazione civica.
- Integrazione dell'AI: Formazione strutturata a tutto il team per

integrare l'intelligenza artificiale nel processo produttivo, con l'obiettivo ambizioso di sviluppare formazione realizzata anche con l'AI. Come racconta Eugenia: "Se non lo avessimo scritto nero su bianco, non lo avremmo fatto. Solo il fatto di scriverlo ti dà un senso di responsabilità maggiore".

Per quanto riguarda il networking, la partecipazione a Roma Impresa Comune ha permesso a Mediamed Interactive di entrare in contatto con altre aziende che condividono gli stessi valori. Come spiega Eugenia: "Incontrare persone con cui condividere gli stessi valori è stimolante. Tutti gli imprenditori cercano anche opportunità di business e le SB ispirano maggiore fiducia".

## GEMA

Formazione manageriale

*Essere Società Benefit per noi non è un traguardo, ma la naturale evoluzione di un impegno volto a trasformare la formazione in un motore di impatto sociale sostenibile.”*

**Riccardo Antonelli,  
Head of Education**

GEMA Business School, realtà d'eccellenza nella formazione manageriale, è diventata nel 2025 Società Benefit a seguito del percorso intrapreso con Roma Impresa Comune.

Le finalità di beneficio comune inserite a statuto si sono concretizzate nel 2025 in azioni di impatto misurabili. La volontà di promuovere una cultura della leadership consapevole, etica e responsabile ha trovato un prestigioso riconoscimento internazionale nell'ottenimento di EDUNIVERSAL 1 Palme of Excellence, posizionando la scuola tra

le tre realtà più influenti in Italia. La validità di questo approccio è confermata dai risultati degli oltre 20 Master in catalogo tra Executive e Post-Laurea, dove oltre l'80% degli studenti e professionisti coinvolti si è inserito professionalmente, ha registrato un concreto avanzamento di carriera o una riqualificazione professionale.

Parallelamente, GEMA agisce con determinazione per favorire l'accesso equo alla formazione di qualità, con attenzione a giovani, disoccupati e persone in fase di transizione professionale. Per

abbattere le barriere all'ingresso, sono state erogate 6 borse di studio del valore di circa € 20.000,00 per i Master Post-Laurea, oltre a numerosi incentivi economici per candidati meritevoli. L'impatto sociale si è esteso capillarmente sul territorio attraverso 17 edizioni di corsi gratuiti nell'ambito del Programma GOL della Regione Lazio e il progetto "Confluenze", che ha formato 12 donne come esperte di servizi digitali per il turismo sostenibile. A queste iniziative si aggiunge il percorso "Villaggio Digitale", finanziato dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri, che ha fornito strumenti di cittadinanza attiva e competenze digitali a casalinghi e studenti inoccupati, contrastando attivamente il digital divide.

Questa spinta inclusiva trova ulteriore forza nella capacità di collaborare con imprese, istituzioni e altre Società Benefit per generare valore condiviso sul territorio. Un esempio

virtuoso è rappresentato dall'Accordo di Interdipendenza Generativo (ADIG) siglato con Mercedes Benz Italia per la sensibilizzazione sui temi della sostenibilità. Il ruolo di GEMA come partner istituzionale di riferimento è stato inoltre sancito dal conseguimento della Certificazione per la Parità di Genere (UNI/PdR 125) e dal rafforzamento di un ecosistema formativo capace di dialogare costantemente con il tessuto produttivo.

Infine, l'intera offerta didattica è strutturata per diffondere competenze manageriali e professionali orientate alla sostenibilità economica, sociale e ambientale. Oltre all'adesione ai PRME (Principles for Responsible Management Education) delle Nazioni Unite, GEMA ha lanciato l'Executive Master in Sustainability Management e ha integrato moduli verticali sui temi ESG e del Business Consapevole in ogni suo percorso formativo.

## MANCINI CATERING

Catering

*Abbiamo trasformato il catering urbano in un modello di impresa a impatto misurabile: meno plastica, meno sprechi, più filiera locale e più occupazione, dimostrando che sostenibilità e solidità economica possono crescere insieme."*

**Concetta Mancini,  
Titolare**

Mancini Catering, punto di riferimento nell'organizzazione di eventi nel tessuto urbano di Roma e del Lazio, ha consolidato il proprio profilo di Società Benefit acquisito attraverso il programma Roma Impresa Comune, trasformando l'impegno per la sostenibilità in un modello operativo d'eccellenza.

In particolare, l'azienda si è focalizzata sulle finalità di riduzione dell'impatto ambientale delle attività di catering urbano, sostegno alla filiera locale e generazione di valore sociale e occupazionale sul territorio di Roma e del Lazio, attraverso

modelli di produzione e consumo più responsabili, efficienti e sostenibili.

La volontà di ridurre l'impronta ambientale delle attività produttive ha generato risultati notevoli: grazie all'eliminazione sistematica delle stoviglie monouso e all'adozione di materiali compostabili, l'azienda ha registrato una riduzione del 62% nell'utilizzo di plastica rispetto all'anno precedente, evitando l'immissione nell'ambiente di oltre 18.000 articoli monouso. La sostenibilità è stata integrata anche nei processi produttivi interni dove, at-

traverso una pianificazione basata sull'analisi dei dati e sulla rimodulazione delle grammature, è stato possibile abbattere lo spreco alimentare del 28%. Questo approccio efficiente ha permesso non solo un miglioramento delle performance ambientali, con una diminuzione del 17% dei consumi energetici e del 15% delle emissioni logistiche, ma ha garantito anche una maggiore solidità economica, riducendo del 12% i costi di acquisto delle materie prime.

Parallelamente, Mancini Catering agisce come motore di sviluppo per il territorio, rafforzando la filiera corta e il valore sociale del lavoro. Nel 2025, il 74% delle materie prime fresche è stato approvvigionato da fornitori del Lazio, con un incre-

mento della spesa destinata alle imprese locali del 18%, alimentando così un ecosistema economico regionale circolare e resiliente. L'impatto sociale si è manifestato con particolare vigore nella gestione del capitale umano: il percorso di trasformazione ha coinvolto direttamente oltre 25 collaboratori, i quali hanno beneficiato di programmi formativi specifici sulla sostenibilità, conclusi con il conseguimento di un diploma interno. La capacità dell'azienda di generare occupazione è testimoniata da un aumento del 22% delle collaborazioni stagionali, valorizzando le professionalità locali in oltre 60 eventi gestiti e più di 8.500 coperti serviti.

# 6- LA VISIONE PER IL FUTURO

## UN'AZIONE COLLETTIVA PER LA PROSPERITÀ FUTURA

Le prime 3 edizioni di Roma Impresa Comune segnano il termine della prima fase di un progetto ambizioso, nato da una premessa fondamentale: la città e i territori riconoscono il valore e il bisogno di azione collettiva per garantire la propria prosperità, oggi e nel futuro. Non è un traguardo, bensì l'innesco di un percorso per territori e imprese che ha ancora ampi margini di sviluppo. Tramite una collaborazione strutturale tra l'Amministrazione Pubblica, NATIVA e le imprese del territorio è stata stimolata la formazione di un ecosistema territoriale in cui gli attori non agiscono a compartimenti stagni, ma si impegnano reciprocamente in percorsi di evoluzione sostenibile. L'obiettivo è chiaro: orientare l'economia locale al beneficio comune e alla creazione di un impatto positivo e misura-

bile per il territorio e per le imprese stesse.

L'ecosistema economico, pubblico e privato, insieme ai cittadini, è chiamato ora non solo a osservare, ma ad accogliere e sostenere attivamente questo sviluppo, trasformando Roma in un laboratorio d'avanguardia per la rigenerazione urbana e sociale.

## L'EVOLUZIONE DELL'ECOSISTEMA: IL RUOLO DEI NUOVI ATTORI

Affinché l'ambizione del 2030 di rendere lo status di Società Benefit la "nuova normalità" per le imprese romane diventi realtà, la visione dei prossimi anni prevede l'allargamento strutturale del perimetro d'azione, integrando altri attori fondamentali che renderanno il cambiamento capillare. Le associazioni di categoria e i corpi Intermedi, che da rappresentanti di interessi diventano catalizzatori di impatto.

Le università e la ricerca, per validare con rigore scientifico i dati di impatto prodotti dalle imprese (garantendo la credibilità del Reporting di città). In una Benefit City, il cittadino non è un utente passivo, attraverso strumenti di ascolto e partecipazione, la comunità contribuirà a definire le “finalità di beneficio comune” prioritarie per il territorio, indicando alle imprese le vere urgenze dei quartieri. Questo innesca un circolo virtuoso: l’impresa risponde a un bisogno reale, e il cittadino e la pubblica amministrazione riconoscono e premiano l’impresa responsabile.

## L'INFRASTRUTTURA DI MISURAZIONE

La credibilità di questa visione poggia sui dati. L’evoluzione del programma vede la creazione di strumenti per raccogliere e analizzare i dati provenienti dalle relazioni di impatto delle aziende. Questo per misurare impatti quali il moltiplicatore economico locale, la riduzione aggregata di CO2, il valore del volontariato aziendale e l’indice di inclusione lavorativa. Questa infrastruttura può servire all’Amministrazione per orientare le politiche pubbliche (data-driven policy making) e agli investitori per

riconoscere Roma come un territorio a basso rischio e alto potenziale sociale.

## L'EVOLUZIONE DELL'ECOSISTEMA E IL RUOLO DEI NUOVI ATTORI

Per rendere lo status di Società Benefit una prospettiva sempre più diffusa tra le imprese romane, il percorso prosegue con un progressivo allargamento del perimetro di azione. Roma Capitale ha già previsto di continuare a supportare le imprese nella transizione dei modelli di sostenibilità fino almeno al 2029. In parallelo, l’auspicio è che altri attori del territorio raccolgano, almeno in parte, questa responsabilità e contribuiscano ad attivare un effetto a catena. Associazioni di categoria e corpi intermedi possono facilitare l’adozione del modello e creare condizioni favorevoli per la collaborazione. Università e ricerca possono rafforzare la qualità e la credibilità delle evidenze prodotte. Anche la comunità può avere un ruolo più attivo, attraverso strumenti di ascolto e partecipazione che aiutino a mettere a fuoco priorità e bisogni reali dei quartieri.

## MISURAZIONE E IMPATTI PIÙ VISIBILI

Nei prossimi anni gli impatti saranno anche più riconoscibili, perché crescerà la capacità di misurare e rendere leggibile il valore generato. Grazie alle relazioni di impatto, le imprese benefit potranno creare, misurare e condividere risultati ambientali e sociali, contribuendo a consolidare un circolo virtuoso. Nel tempo, una base informativa più solida potrà aiutare sia l’Amministrazione a orientare le politiche pubbliche, sia il sistema economico e finanziario a comprendere meglio il profilo di Roma come territorio che investe sulla sostenibilità e sulla coesione.

## LA VISIONE: ROMA COME MODELLO PER L'ITALIA E PER IL MONDO

L’ambizione di Roma Impresa Comune va oltre i confini della città. Il modello costruito in questi anni ha le caratteristiche per essere replicato in altri contesti urbani, offrendo agli amministratori locali un approccio codificato per coinvolgere il tessuto imprenditoriale dei propri territori in una direzione condivisa. Roma come prototipo, prima ancora che come caso di successo.

Questa prospettiva si apre anche a una dimensione internazionale. Il confronto con partner esteri consente di collocare l’esperienza romana all’interno di un dibattito più ampio, dimostrando come l’Italia stia sviluppando forme avanzate di governance a impatto applicate alla rigenerazione urbana. Un contributo concreto all’Agenda europea per le città, che richiede soluzioni integrate e una governance multilivello capace di rispondere alle sfide del nostro tempo.

L’orizzonte di riferimento è quello del Nuovo Bauhaus Europeo: città non solo funzionali, ma inclusive, sostenibili e capaci di generare bellezza. In un momento in cui l’Europa cerca nuovi modelli di competitività sostenibile, Roma Impresa Comune offre una risposta pratica: l’integrazione strutturale tra finalità pubbliche e governance d’impresa come strumento per rendere le città più vivibili, più prospere e più aperte. Un modello che posiziona l’Italia come paese capace di innovare non solo nelle tecnologie, ma nel modo in cui le istituzioni e le imprese costruiscono il futuro insieme.



# APPENDICE

## Contesto: la Ricerca Nazionale sulle Società Benefit 2025

Per rendere questa visione davvero raggiungibile serve mettere accanto al racconto di trasformazione della città anche un quadro di evidenze che dica, con chiarezza, cosa sta succedendo oggi in Italia e perché il modello Benefit non è solo un'aspirazione, ma una leva concreta di evoluzione e competitività.

Roma Impresa Comune, infatti, si inserisce dentro una dinamica nazionale già in atto, in cui sempre più imprese scelgono di integrare il beneficio comune nella propria governance e nel modo stesso di fare impresa. In questo senso, la Ricerca Nazionale sulle Società Benefit 2025 offre una fotografia solida e aggiornata del fenomeno, ne misura la crescita, ne descrive la di-

stribuzione territoriale e ne analizza anche le performance e le motivazioni.

Nato dalla collaborazione sinergica tra un gruppo di esperti che include NATIVA, il Centro Studi di Intesa Sanpaolo, InfoCamere, il Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali dell'Università di Padova, la Camera di Commercio di Brindisi-Taranto e Assobenefit, lo studio offre una lettura multidimensionale del fenomeno, articolandosi in tre sezioni chiave che indagano rispettivamente le performance economico-finanziarie e la governance, la concretezza delle finalità di beneficio comune e le motivazioni alla base dell'adozione dello status giuridico.

I paragrafi che seguono ne sintetizzano i principali punti chiave dell'analisi sui dati dell'anno 2024; per chi desiderasse approfondire ogni aspetto dell'analisi, il documento integrale è disponibile al seguente indirizzo: <https://www.societabenefit.net/ricerca-nazionale-sulle-societa-benefit>.

## DIMENSIONI E DINAMICA DI CRESCITA

Il fenomeno delle Società Benefit in Italia sta vivendo una fase di rapida espansione, testimoniata dai dati rilevati alla fine del 2024. Il numero complessivo ha raggiunto le 4.593 unità, segnando un incremento del 27% rispetto all'anno precedente e portando l'incidenza complessiva all'1,57 per mille sul totale delle società di capitali registrate. Questa crescita non è solo numerica ma strutturale, coinvolgendo una forza lavoro che supera i 217.000 addetti e generando un valore della produzione pari a 62 miliardi di euro, cifra che corrisponde al 2,2% della produzione totale delle società italiane.

## CARATTERISTICHE SETTORIALI E DIMENSIONALI

Sebbene le Società Benefit siano diffuse in tutti i comparti economici, si evidenzia una concentrazione eterogenea a seconda che si guardi alla numerosità assoluta o all'inci-

denza relativa. In termini assoluti, i settori più rappresentati sono le attività professionali (1.299 imprese), i servizi di informazione (829) e la manifattura (549). Tuttavia, se si analizza la densità del fenomeno rispetto al totale delle imprese registrate, l'incidenza maggiore si riscontra nei servizi di informazione (8,35‰), nelle attività professionali (7,52‰) e nell'istruzione (4,91‰). Sotto il profilo dimensionale, sebbene la maggior parte delle SB siano microimprese (3.324 unità), è tra le grandi aziende con oltre 250 addetti che il modello ha attecchito con più forza, raggiungendo un tasso di diffusione che sfiora il 2% (19,79‰).

## LA DISTRIBUZIONE TERRITORIALE

Sebbene la geografia delle Società Benefit mostri una concentrazione nelle regioni settentrionali (64,9%), l'analisi dei valori assoluti rivela un ruolo di primo piano per l'area centrale del Paese. Immediatamente dopo la Lombardia, infatti, è il Lazio

a posizionarsi come la seconda regione in Italia per numero di Società Benefit, contandone 509 e superando in termini di numerosità regioni come il Veneto (470) e l'Emilia Romagna (402). Questo dato conferma la centralità del territorio laziale nel panorama nazionale, trainando l'intera area del Centro Italia che raccoglie il 21,2% delle imprese benefit.

## PERFORMANCE ECONOMICA E TUTELA DELL'OCCUPAZIONE

L'analisi dei bilanci nel triennio 2021-2023 restituisce l'immagine di un comparto estremamente dinamico e resiliente. Le Società Benefit hanno registrato una crescita del fatturato mediana del 26%, staccando nettamente le aziende non benefit comparabili che si sono fermate al 15,4%; un divario che appare particolarmente marcato tra le microimprese, dove il modello benefit sembra incidere più profondamente sulla strategia. Anche sul fronte occupazionale le SB si sono distinte, con il 62% delle aziende che ha aumentato il proprio organico (contro il 43% delle non benefit). Parallelamente alla crescita del valore aggiunto (+26,1%), queste imprese hanno dimostrato una maggiore attenzione al capitale umano,

sostenendo un costo del lavoro per addetto superiore di circa 3.000 euro rispetto ai competitor, una scelta strategica volta a sostenere il potere d'acquisto dei dipendenti in un periodo inflattivo.

## INNOVAZIONE E LEVE STRATEGICHE PER LA COMPETITIVITÀ

Il posizionamento strategico delle Società Benefit evidenzia una marcata propensione all'investimento in asset intangibili e tecnologie sostenibili come driver di crescita. Nel settore manifatturiero, le Società Benefit si distinguono per una maggiore intensità di innovazione: il 28% delle imprese possiede brevetti (rispetto al 15% delle non benefit) e il 32% vanta marchi registrati a livello internazionale. Questa spinta verso l'eccellenza è supportata da una forte vocazione all'internazionalizzazione, che coinvolge il 68% delle aziende del comparto. Al contempo, la sostenibilità ambientale viene integrata come leva operativa concreta: il 37% delle Società Benefit manifatturiere ha ottenuto certificazioni ambientali e il 23% ha effettuato investimenti in energie rinnovabili, superando sensibilmente i competitor non benefit in entrambi gli ambiti.

## GOVERNANCE EVOLUTA E MOTIVAZIONI STRATEGICHE

Un elemento distintivo delle Società Benefit risiede nella composizione dei propri organi di governo, che appaiono più inclusivi e diversificati rispetto alla media. I dati indicano una presenza femminile nei consigli di amministrazione che tocca il 48% delle imprese (rispetto al 38% delle non benefit) e una partecipazione di giovani under 40 pari al 27,9%. È interessante notare

come le aziende guidate da board più giovani si dimostrino anche le più dinamiche, registrando tassi di crescita del fatturato e delle assunzioni superiori alla media. Infine, l'adozione dello status di Società Benefit appare guidata prevalentemente da motivazioni endogene: in oltre il 50% dei casi la scelta nasce internamente all'azienda, con l'obiettivo primario di migliorare il posizionamento competitivo e rafforzare la reputazione aziendale.

## ELENCO DELLE AZIENDE COINVOLTE

### REALTÀ CHE HANNO COLLABORATO E PORTATO UNA TESTIMONIANZA

Citinews, CBI, Coldwell Bankers Commercial (Cristiana Serva), Albergo Etico, Vivi Bistrot

### AZIENDE DELLA PRIMA EDIZIONE DI ROMA IMPRESA COMUNE CHE HANNO PORTATO LA LORO TESTIMONIANZA NELLE EDIZIONE SUCCESSIVE

Greenta, Nova Ecologica, Sinkronie, Zelato, SCAI Comunicazione, GEMA Business School, Sostenitaly

## SOCIETÀ ISCRITTE A ROMA IMPRESA COMUNE 2024

Adriana ComunicazioneE, Anticorpi, Applia Società Benefit, ArtsCom, Beccacece gioielli, Bernabo Claudio, Buono & Partners, Buono, Caelus, Cartoni, Casali s. Brigida, Cerim, Citynews, Cogitek, Convention Bureau Roma e Lazio, Digitalia Village, DigitalSense, Dotcampus Roma, duerre congressi, Ecohouse Consulting, Edilerica Appalti e Costruzioni, Energon Esco, Europe Hotels, FC Work Group, Fedco Medical, Federazione italiana Badminton, Filoteca, Genera Integrated Solutions, Genera New Energy, Gestioni e Management, Gruppo Rea Italia, Habitus, Harea, iFlat, Igam, Impresa di Costruzioni Ing. E. Pasqualucci, Impresa Individuale, Industrialab, Investment Business Solutions, Join Business Management Consulting, KML Solutions, Liane, Lombardi Antonella, Maker Camp, Mangrovia, Marketing Espresso, Mediamed Interactive, Memoria, Mentor E CO., Mpes, MTF Biochemical, Oxygen Live, P.E.P., Pedius, PGG e Partners, Sartoria Litrico Società Benefit, Scai Comunicazione, Securitas Metronotte, Sensoworks, Sequas ingegneria, Set Forward, Sinkronie, Sky Italia, Slea, SmartFactory, Libero professionista, Spe Ingegneria Servizi e Progettazioni Europei, Spring House, TP Italia - In & Out, Tempo 2050, Then, Ticketoo, Tonygraf, Triumph Italy, Ultraviaggi, Viasky, VMP, Voltapagina, World Advisor, Zelato di A.Z., +13 persone fisiche (aziende costituenti)

## 2025

38incoming, A.I. Consult, A.Spalmach&C, Ability Garden, Academy Trading, ACK Service e Design, Aka architetti, Acta, Advanced Business to Business, AIM, Albergo Diana, Alessio Galfo, Am.AI.F.I., Ambaraba, AMF, AmicoPM, Apeiron, ApogeoAtwc, AppyPilgrim, APS Istituto di Discipline Bionaturali Denis Binks, Archiplan, Architetto Silvia Cubeddu, Arco Promotion, Arvali & Associati, ARvis. It, Athlion For People, Atlantide, Audrey di Rossana Carboni, automat, AZ INVEST, Band&Breakfast, BC services, bd services, Bertoletti Pelliccerie, Bes Intermediari Assicurativi, BIAS e Games, Bio-t, Byron Tree, Caffè Moak, Canoa Kayak Academy, CISU, Communication Trade Group, Consad Pratiche, corip, Creator Labs, Cultural Explorers Rome, D-Hub Studios, Deep Blue, Degg, Diana Consulenza e Formazione, DNA Tecnoservizi, Ear Euro Assistenza Roma, Eco demolizioni, Edupuntozero, Efficace Impianti, El Faro Bnb, EME Restauri, Enjoy Italy di Alessandro Gariano, Ennexia, EthicalFin Npl, Etinvest, European Brokers, F.lli Della Marca, Farmacia Colle Oppio, Farmacia Igea, FinGreenTech, Firen Antincendio, Fourgreen, Frame by Frame, FYM, Gbsapri, GEEG Geotechnical and Environmental Engineering Group, giufà, Giuseppe Marano Odontoiatra, GM Ambiente e Energia, GM Consulting, Green Clima, Greenta, Gruppo Frontoni Holding Societa Benefit, Gruppo GM, Handy Signs, Hivescore, Hotel Canada, Hotel Mozart, Houdini Sportswear AB, House of Woodys, HR Performance, Hydrotab, iBookki, Icomfort, Idea restructuring and investments, Il Bel Sapere, Impera Lux, industria dell' esperienza, ipothesi, ITHUM, Kairos Solutions, KC e Partners, L.A.M.A., la Libreria, La Piazza Group, La scuola d'inglese, Lateral View, lei group di Luigi Irione brand Genuina, Leonori, Lifeness - Health, Food & Longevity, Luca Adami (LES Visual), Lucen, Luminart Neon, Ma.mi di Basile Michela, Management on Demand, Mancin catering, Mastra Sa, Mdc Fast Food, Minerva Engineering, Moo comunicazione, Morris International Consulting, Nello Spettro, Nemesi Film, Nexumstp, Nova Ecologica, Omnia Congressi ed Eventi, one day medical center, operosa, Opportunità, Opportunity, Outhere, Pollino Digital Lab, Prisma Eventi, Punto Sfuso di Ranieri Fabio, Quasar Institute, RDC - Research & Development Consulting, ReadMeet, Rebuilding, Ride2share, Rimond, Rolen, Rossi, S.Y.A., Salvaterra, SAMSIC HR, Sanarapida, Sciamlab, Sensors, Sentra Energia, Seven hair and beauty, SGF, Sibylla, Silverback, Sintelengineering, Smartwedo, Speri Societa di Ingegneria e di Architettura, Sport e salute, Staes, Studio Fattori, Studio Paladeluca, Studio Prof. Marchetti, Studioarome, Sunlight, Tecla, Tecnasoft, Terza Dimensione della Consulenza, The Beautyaholic's shop, The lens, The Social Hub, Theorema, Think2Future, Tiziana De Marino, Tomaki, Urban Garden Hotel, Vik School, Vivon, Ways, WHITE DOG, Wider View, WN01, WWF Mediterranean, X View, Yucan, ZiaCris di Cristina Diomede, +22 persone fisiche (aziende costituenti)

